



MANUAL

COMUNICAÇÃO AÇÃO



AgPopSUS



FIOCRUZ



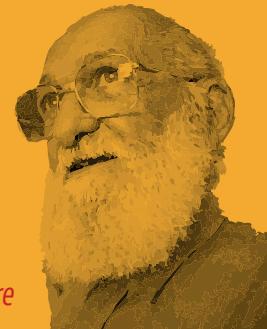
MINISTÉRIO DA
SAÚDE

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Vamos mostrar para todo mundo o que estamos construindo com o AgPopSUS?

“ Nossa existência não pode ser muda, silenciosa, nem tampouco nutrir-se de palavras falsas, mas de palavras verdadeiras, com que os homens transformam o mundo. Existir, humanamente, é pronunciar o mundo, é modificá-lo. ”

Paulo Freire



Uma das características mais importantes para a comunicação é a confiança! Para apresentar e amplificar a potência de uma política pública, ninguém melhor do que as pessoas da própria comunidade. É com a valorização dos saberes populares e regionais e as relações de afeto que podemos construir, coletivamente, uma ponte entre a população e as propostas de transformação social.

O AgPopSUS acontece nos territórios e as pessoas participantes do programa são quem melhor pode contar o significado da ação. Esse é um convite para construirmos juntas e juntos uma comunicação colaborativa e integrada!

Mas como isso pode funcionar?

Comunicação é tornar comum
e existem diversas maneiras de fazer isso.
Caso vocês queiram entrar nessa,
podem escolher a melhor forma:



Construindo identidade

Identidade é a essência de qualquer ação. E ela precisa ser transmitida para que os ideais sejam compreendidos. A construção visual é uma das formas mais efetivas de consolidar uma identidade, isso porque a repetição coloca a marca na memória das pessoas, além de criar associações com as atividades desenvolvidas. É por isso que a unidade na comunicação visual do programa é essencial.

DICAS



- As cores da logo nunca devem ser alteradas para que a imagem do programa seja uma só em todo o país.
- A aplicação da logo e o uso das cores nos materiais de comunicação ajudam a fixar a marca do programa.
- Cuidado na aplicação da logo (ampliação e redução) para que ela não se distorça (achatar e esticar).



Acesse aqui diversos elementos visuais do AgPopSUS



Ocupando o espaço digital

As redes sociais reuniram as pessoas em grandes assembleias digitais que mobilizam corações e mentes. Esse debate público que acontece nas redes ganha as ruas e as comunidades, mas nem sempre é feito com as melhores intenções ou interesses. Para combater isso, é necessário criar um ecossistema que consiga incentivar o conhecimento sobre promoção da saúde, voltado para o bem-estar da população, para a defesa da democracia e para o combate à fome e às desigualdades.

Quando a gente produz e publica conteúdo nas diferentes redes, é preciso tomar cuidado para garantir a qualidade da discussão e multiplicar informações verdadeiras que interessem a população.

Vamos lá!



COMUNICAÇÃO

4

Frequência e Volume

Para garantir não só a presença digital, mas a popularização de ideias neste meio, duas características são imprescindíveis: frequência e volume.

Frequência diz respeito a quantas vezes publicamos conteúdos nas redes em um determinado espaço de tempo. Não há frequência certa para as publicações, mas este é um caso de que quanto mais, melhor!

Volume desempenha outra função. É na quantidade de conteúdo e de pessoas que interagem e se relacionam com esse conteúdo, que constroem a coletividade e dão respaldo e validade ao discurso. Por isso a importância de consciência e solidariedade para a construção de uma ação coletiva.





Agora vamos botar a mão na massa!

Verdade: de nada adianta um lindo post em uma rede social ou um vídeo super elaborado se o conteúdo não transmite verdade. Por mais que haja perfis profissionais e de empresas, a rede é composta por pessoas e para as pessoas. Quando produzimos conteúdo que mostram a verdade da vida no território, as chances de identificação do público e aumento de engajamento aumentam muito.

Pesquisa: é importante dar consistência ao que criamos com uma base sólida e fundamentada em evidências. Aqui vale a pena lembrar de Paulo Freire novamente. “Não basta saber ler que ‘Eva viu a uva’. É preciso compreender qual a posição que Eva ocupa no seu contexto social, quem trabalha para produzir a uva e quem lucra com esse trabalho”.

Produção de conteúdo: já conversamos aqui sobre o papel fundamental da verdade no conteúdo, mas isso não quer dizer que a forma é descartável neste processo. Conheça a rede em que você publica. No Instagram, por exemplo, conteúdos em vídeo (reels) produzidos na vertical (ou “em pé”) são mais distribuídos pelo algoritmo da rede. Portanto, preocupe-se com o formato, se você assiste o conteúdo com o celular “deitado”, filme e fotografe na horizontal. O mesmo acontece para o formato “em pé”.

A qualidade do material produzido é importante, mas não é o coração do conteúdo. Uma pessoa que tem um celular menos potente pode apresentar a perspectiva de seu território ou comunidade de forma mais autêntica que alguém com a melhor câmera. Lembre-se: o que importa é a identificação do público com a verdade que o conteúdo apresenta. Isso não quer dizer que esse conteúdo pode ser feito de qualquer jeito, hein?! Lembre-se das outras dicas e conte histórias reais.

Publicação: já falamos aqui sobre volume e frequência, isso se traduz no momento da publicação e um pouquinho depois também. Se o objetivo é falar sobre uma situação que reúne pontos de contato com outras pessoas, que tal combinar de todas publicarem no mesmo dia, usando as mesmas hashtags (#)? Se acreditamos na construção coletiva, é importante pensar que essa coletividade pode dar mais força e alcance às vozes expressadas ali. Produziu e publicou? Não é hora de ter vergonha! Manda o link para todo mundo em todos os canais possíveis! Quantas vezes você já ouviu alguém falar para “apertar no sininho e compartilhar o vídeo”? Assim a gente garante o volume (de conteúdo e de pessoas comentando e compartilhando) e o direcionamento do debate.

Agora, que tal a gente combinar aqui as nossas hashtags? Assim, sempre conseguiremos encontrar as produções e conteúdos uns dos outros, o que possibilita ampliar e fomentar o nosso debate sobre Educação Popular em Saúde.

#SaudePopular #AgPopSUS #SUSdoPovo

Falando com os nossos

É fundamental que as nossas vozes e experiências dentro de cada território sejam ouvidas. O SUS é umas das maiores conquistas sociais do Brasil e é necessário que a nossa voz ecoe espalhando a importância da saúde pública por onde o AgPopSUS passar. E isso podemos fazer!

DICAS

- converse sobre o projeto com pessoas próximas a você.
- Convide alguém para participar como ouvinte da aula do AgPopSUS.
- Realize rodas de conversa sobre os temas dialogados durante o curso.



Aparecendo na mídia

A articulação com veículos de comunicação é outra estratégia importante para pautar os espaços de discussão. Normalmente, esses veículos locais têm bom alcance dentro dos territórios e se interessam por atividades que são voltadas para a comunidade.

DICAS

- Fazer o mapeamento de veículos que falem sobre saúde, cidadania, ambientes saudáveis e outras pautas que se relacionam com as atividades desenvolvidas.
- Preparar um material organizado e atrativo com dados e informações sobre o assunto para subsidiar a produção de conteúdos.
- Entrar em contato com jornais e blogs, rádios e TVs comunitárias e locais solicitando apoio na divulgação das ações.

Atenção!

Os movimentos sociais podem dialogar com a imprensa sobre as atividades desenvolvidas por eles nas turmas do AgPopSUS, mas vale ressaltar que o Ministério da Saúde é a instituição responsável por falar e responder pelo programa como um todo.



Acesse aqui alguns modelos de materiais para imprensa

Fazendo do nosso jeito

Além de tudo o que apresentamos, há muitas formas de fazer comunicação, que inclusive se integram com todas essas outras que citamos anteriormente, e que você, na verdade, já faz!

Poesias, músicas, danças, teatro e outras expressões artísticas também são formas de se comunicar.

Faça do seu jeito!

COMUNICAÇÃO

COMUNICAÇÃO



FIOCRUZ

SUS 

**MINISTÉRIO DA
SAÚDE**

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

.12